

## PROGRAMME RUSSIE/KAZAKHSTAN

### ORGANISME D'EVALUATION

# Evaluation d'une campagne de promotion en faveur des SEMENCES DE MAÏS ENSILAGE sur les marchés de Russie et du Kazakhstan

#### **ANNONCEURS :**

F.N.P.S.M.S. – Fédération nationale de la production de semences de maïs et de sorgho.

Siège social : 21, chemin de Pau, 64121 MONTARDON, France.

#### **OBJET DU MARCHÉ :**

L'annonceur réalise une mise en compétition ayant pour objet l'évaluation d'une campagne de promotion en faveur des SEMENCES DE MAÏS ENSILAGE européennes sur les marchés de Russie et du Kazakhstan.

#### **DURÉE DU MARCHÉ :**

Trois ans (01/05/2018 – 30/04/2021).

#### **CARACTÉRISTIQUES PRINCIPALES :**

LA F.N.P.S.M.S. regroupe les entreprises semencières et les producteurs de semences de maïs et de sorgho dans le but de gérer la production et contribuer à son développement en France, en Europe et dans le monde.

La F.N.P.S.M.S., avec l'appui d'un organisme d'exécution, va mettre en œuvre sur 3 ans (01/05/2018 – 30/04/2021) un programme de promotion agricole cofinancé par l'Union européenne. L'attribution du cofinancement a été confirmée en novembre 2017, sous réserve de la signature de la convention avec l'office FranceAgriMer en janvier 2018.

Ce programme de promotion est mis en œuvre sur les marchés de Russie et du Kazakhstan.

Cette campagne vise les professionnels et non pas le grand public (« B2B »), dans la mesure où il s'agit d'informer les producteurs et de leur garantir des débouchés. Les cibles de la campagne de promotion sont notamment les agriculteurs-éleveurs susceptibles d'acheter des semences de maïs, mais aussi les fabricants d'alimentation de bétail et autres transformateurs ainsi que les meneurs d'opinion. Le programme vise :

- A développer les surfaces cultivées en maïs ensilage dans les pays cibles ;
- A augmenter la part de marché des entreprises de l'UE sur le marché des semences de maïs ensilage dans les pays cibles ;
- A développer les connaissances sur la plante maïs ensilage des agriculteurs et autres professionnels agricoles.

En application des règlementations européennes, le programme de promotion au terme de ses trois années de mise en œuvre doit être évalué par un organisme d'exécution indépendant, afin de garantir le respect des budgets annoncés et la bonne affectation des fonds. L'organisme sélectionné devra prendre en compte les indicateurs de réalisation, de résultat et d'impact pour chaque action prévue.

Le programme de promotion devrait prendre fin le 30/04/2021, date après laquelle les coûts seront définitifs et l'évaluation finale du programme pourra être mise en œuvre.

## **DATE LIMITÉ ET LIEU DE RÉCEPTION DES CANDIDATURES :**

**16 décembre 2017 à 18h, cachet de la poste faisant foi.**

Les candidatures seront transmises en recommandé avec accusé de réception ou

déposées contre remise d'un accusé de réception à

**FNPSMS,**

23-25 Avenue de Neuilly,

75116 PARIS.

Tout dossier de candidature envoyé après cette date (par courrier simple, par courrier avec AR, par chrono, par coursier ou par tout autre moyen) ne sera pas pris en compte par les annonceurs. L'agence devra s'assurer du bon envoi du dossier de candidature avant cette date limite.

## **CONDITIONS DE LA COMPÉTITION :**

1. Cette mise en compétition concerne un programme de promotion agricole cofinancé par l'Union européenne. L'attribution du cofinancement a été confirmée en novembre 2017, sous réserve de la signature de la convention avec l'office FranceAgriMer en janvier 2018.
2. La candidature devra être proposée en français ou en anglais
3. Les agences souhaitant proposer leur candidature doivent impérativement disposer d'un interlocuteur francophone
4. Le dossier de candidature devra comporter les éléments suivants :
  - Une présentation de la méthodologie pour l'évaluation
  - Un devis, présenté en euros TTC, respectant le cadre budgétaire imparié
5. Si l'agence estime gérer un budget d'un opérateur du même secteur ou d'un secteur ou d'un organisme pouvant présenter un conflit d'intérêt, un accord préalable autorisant l'agence à concourir devra être donné par l'annonceur. Au cas où l'agence serait retenue, un accord préalable sera également nécessaire avant d'accepter un budget pour un opérateur du même secteur ou d'un secteur ou d'un organisme pouvant présenter un conflit d'intérêt.
6. Le budget global pour la campagne, honoraires inclus, s'élève à 464.055€ TTC (+frais indirects) au total sur trois ans, dont 374.030,40 € TTC de cofinancement accordés par la Commission européenne.
7. L'annonceur, étant donné son expérience dans la mise en œuvre de programmes de promotion agricole, va réaliser lui-même une partie des actions prévues dans le programme de promotion, comme validé par la Commission européenne. Le reste des actions, pour un budget de 115.000€ TTC au total sur les 3 ans, sera délégué à un organisme d'exécution (agence de publicité ou de communication) (voir appel

- d'offre séparé). Le budget couvrant l'évaluation *ex post* du programme, dont il est question dans le présent appel d'offre, s'élève à 12.500€ TTC.
8. L'agence sélectionnée au terme de la présente mise en concurrence devra donc, au terme des trois années, évaluer le bon respect des coûts annoncés mais aussi l'impact du programme de promotion tenant compte d'indicateurs prédefinis de réalisation, de résultat et d'impact à mettre en lien avec les 3 objectifs de base du programme de promotion (surfaces cultivées, parts de marché et niveau de connaissance du public-cible), pour chacune des actions du programme.
- Indicateurs de réalisation : bonne exécution des actions prévues (publication d'articles dans la presse agricole, élaboration d'un guide technique, création d'un clip vidéo, animation du site internet, organisation de conférence, participation à des salons agricoles, organisation d'un voyage d'étude et un voyage de presse, création de kits promotionnels)
- Indicateurs de résultat : mesure de l'étendue réelle des actions (lectorat des supports écrits, visionnage des supports vidéo, visites sur le site internet, nombre de participants aux événements organisés)
- Indicateurs d'impact : évaluation des répercussions concrètes et tangibles, variables selon le degré de ciblage de l'action et la technicité du public cible (amélioration des connaissances, augmentation des surfaces cultivées et parts de marché)
8. L'agence fera l'objet d'un contrat.

## **JUSTIFICATIONS OBLIGATOIRES À PRODUIRE PAR LES CANDIDATS :**

*Pièces à fournir en français ou en anglais*

- Une lettre de candidature datée et signée acceptant les conditions de la compétition mentionnées ci-dessus.
- Une déclaration sur l'honneur du candidat, dûment datée et signée, spécifiant la liste des budgets d'opérateur du même secteur et /ou d'un secteur ou organisme pouvant présenter un conflit d'intérêt avec la filière mais sur les marchés cibles.
- Une déclaration sur l'honneur du ou des candidats (en cas de groupement), dûment datée et signée par le candidat, pour justifier :
  - a) avoir satisfait aux obligations fiscales et sociales de leur pays;
  - b) ne pas avoir fait l'objet, au cours des cinq dernières années, d'une condamnation inscrite au bulletin n° 2 du casier judiciaire pour les infractions visées aux articles L 324-9, L 324-10, L 341-6, L 125-1 et L 125-3 du code du travail ou d'une procédure équivalente régie par un droit étranger ;
  - c) ne pas être en état de liquidation judiciaire au sens de l'article L. 620-1 du code de commerce ou d'une procédure équivalente régie par un droit étranger ;
  - d) ne pas être déclaré en état de faillite personnelle, au sens de l'article L. 625-2 du code de commerce, ou d'une procédure équivalente régie par un droit étranger ;
  - e) ne pas être admis au redressement judiciaire, au sens de l'article L. 620-1 du code de commerce, ou à une procédure équivalente régie par un droit étranger, sans justifier d'une habilitation à poursuivre son activité pendant la durée prévisible d'exécution du marché.
- La liste des principales références acquises, au cours des 2 dernières années pour l'évaluation d'opérations comparables (secteur agricole, programmes multi-pays, communication collective et/ou institutionnelle).
- La présentation de l'agence et de son organisation interne.

- Le nom et le niveau d'expérience du responsable chargé de la prestation.

Ces éléments doivent permettre aux annonceurs de se faire une idée de la bonne adéquation entre ses besoins et l'offre de prestations des agences.

### **CRITÈRES DE SÉLECTION DES CANDIDATURES (SUR 100 POINTS) :**

- Solidité budgétaire (chiffre d'affaire et fonds propres) 20 points
- Capacité de l'agence à convaincre de sa motivation 20 points
- Expérience en évaluation de projets européens 25 pts
- Niveau d'expérience de l'équipe dédiée au sujet 20 points
- Pertinence des références présentées 15 points

### **LES RENSEIGNEMENTS D'ORDRE ADMINISTRATIF ET/OU TECHNIQUE PEUVENT ÊTRE OBTENUS AUPRÈS DE :**

FNPSMS, 23-25 Avenue de Neuilly, 75116 Paris – M. Luc Esprit [luc.esprit.sid@orange.fr](mailto:luc.esprit.sid@orange.fr) ou au +33 (0) 6 80 31 65 45.

### **DATE DE LA COMMUNICATION DE LA DECISION DE L'ANNONCEUR AUX AGENCES CANDIDATES:**

10 janvier 2018.

### **DATE DE PUBLICATION DE L'APPEL À CANDIDATURE :**

27 novembre 2017.